

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TABUNGAN
MASYARAKAT PADA BANK UMUM DI SURABAYA
(STUDI KASUS BANK UMUM WILAYAH KECAMATAN TEGALSARI DAN
KECAMATAN GENTENG KOTA SURABAYA)
SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Ekonomi Pembangunan



Oleh :

ANGGA SULISTIAWAN
0811010039/ FE / EP

Kepada

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2013

USULAN PENELITIAN

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TABUNGAN MASYARAKAT PADA BANK UMUM DI SURABAYA (STUDI KASUS BANK UMUM WILAYAH KECAMATAN TEGALSARI DAN KECAMATAN GENTENG KOTA SURABAYA)

Yang Diajukan

Angga Sulistiawan
0811010039

Telah disetujui untuk diseminarkan oleh :

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Titiek Nurhidayati
NIP. 195101051990032001

Tanggal :

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

Dra.Ec.Niniek Imaningsih, MP
NIP. 196111201987032001

SKRIPSI

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TABUNGAN MASYARAKAT PADA BANK UMUM DI SURABAYA (STUDI KASUS BANK UMUM WILAYAH KECAMATAN TEGALSARI DAN KECAMATAN GENTENG KOTA SURABAYA)

Disusun Oleh :

ANGGA SULISTIAWAN

0811010039/FE/EP

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh
Tim Penguji Skripsi Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 22 Februari 2013.

Pembimbing :
Pembimbing Utama :

Tim Penguji :
Ketua

Dra. Ec. Titiek Nurhidayati

Dra.Ec.Niniek Imaningsih, MP

Sekretaris

Drs. Ec. Wiwin Priana, MT

Anggota

Dra. Ec. Titiek Nurhidayati

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur

Dr. H. Dhani Ichsanuddin Nur, SE,MM
NIP. 030 202 389

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumWr. Wb

Dengan memanjatkan segala puji syukur dan terima kasih kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan ridho-Nya kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Dengan judul skripsi yang penulis ambil adalah :

“ FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TABUNGAN MASYARAKAT PADA BANK UMUM DI SURABAYA (STUDI KASUS BANK UMUM WILAYAH KECAMATAN TEGALSARI DAN KECAMATAN GENTENG KOTA SURABAYA)”

Adapun alasan pengerjaan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar sarjana jurusan Ekonomi Pembangunan pada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” JawaTimur.

Penyelesaian skripsi ini pun tak lepas dari dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih yang teramat dalam kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan banyak bantuan berupa sarana fasilitas dan perijinan guna pelaksanaan skripsi ini.

2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Ec. Titiek Nurhidayati, selaku dosen pembimbing yang mana ikhlas telah memberikan waktu dan pemikiran selama berlangsungnya masa bimbingan tugas akhir ini.
4. Ibu Dra. Ec. Niniek Imaningsih,MP, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Bapak Drs. Ec. Wiwin Priana, MT, selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Bapak Drs. Ec. M Taufiq, MM, selaku dosen wali yang mana telah memberikan ilmu yang bermanfaat ke pada penulis.
7. Bapak-bapak dan ibu-ibu dosen serta staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah dengan ikhlas memberikan banyak ilmu pengetahuannya selama masa perkuliahan dan pelayanan akademik bagi peneliti.
8. Teristimewa ucapan terima kasih penulis kepada kedua orang tua yang senantiasa memberikan doa restu, dan dukungan secara moril dan materiil yang tak ternilai. Serta seluruh keluarga yang telah memberikan suport dan doa.

9. Terima kasih kepada seluruh teman angkatan 2008, khususnya Ardik Kristiawan, Bimbi Ayu Wardhani, Robby Ricco, Muhammad Abdullah Hamdany, Stefanig Kramer Agustha, Agus Surya Wijaya serta Rahadian Aprisah yang telah memberikan doa serta dukungan moril kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sadar apabila skripsi ini kurang sempurna, namun penyusunan skripsi ini diselesaikan atas usaha dan kemampuan penulis. Maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik kepada pembaca.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca untuk menambah ilmu pengetahuan dan untuk bahan penelitian selanjutnya.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Surabaya, Februari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	i
Daftar Isi.....	iv
Daftar Tabel	ix
Daftar Lampiran.....	x
Abstraksi	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1. Pengertian Bank.....	9
2.2.2. Pengertian Pemasaran	11
2.2.3. Pengertian Tabungan Masyarakat	16

2.2.4. Definisi Jasa	19
2.2.5. Kualitas Pelayanan	20
2.2.6. Dimensi Kualitas Pelayanan	21
2.2.7. Perbandingan Antara Harapan Dan Persepsi	
Konsumen	23
2.2.8. Pengukuran Kualitas Pelayanan Berdasarkan Kinerja	24
2.2.9. Keputusan Pelanggan Atau Nasabah	28
2.2.10. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan	
Memilih Produk Bank Umum.....	32
2.3. Variabel.....	32
2.4. Kerangka Pikir	34
2.5. Hipotesis	36
 BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Definisi operasional dan Pengukuran variable	38
3.2. Teknik Penentuan Sampel	41
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.3.1. Jenis Data	42

3.3.2. Sumber Data.....	42
3.4. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	42
3.4.1. Teknik Analisis.....	42
3.4.2. Uji Hipotesis.....	43
3.4.2.1. Asumsi Model (Structural Equation Modelling	43
3.4.3. Hasil Analisa Faktor	46
3.4.3.1. Nilai KMO dan Bartlett's Test	46
3.4.3.2. MSA (Measure of Sampling Adequacy)	46
3.4.3.3. Nilai Communalities	47
3.4.3.4. Eigenvalue	47
3.4.3.5. Component Matrix	48
3.4.3.6. Rotated Component Matrix	49
3.4.3.7. Penyusunan Nama Faktor Yang Terbentuk	49
 BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Hasil Penelitian.....	50
4.1.1. Keadaan Responden.....	50

4.1.2. Jenis Kelamin Responden.....	50
4.1.3. Distribusi Usia Responden.....	51
4.2. Uji Kualitas Data	52
4.2.1. Uji Validitas.....	52
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	53
4.2.3. Uji Normalitas.....	54
4.3. Hasil Analisis Faktor.....	55
4.3.1. Nilai KMO Dan Bartlett's Test.....	55
4.3.2. MSA (Measure Of Sampling Adequacy).....	55
4.3.3. Nilai Communalities.....	57
4.3.4. Total Variance Explained.....	58
4.3.5 Component Matrix.....	62
4.3.6. Rotated Component Matrix.....	64
4.3.7. Penyusunan Nama Faktor Yang Terbentuk.....	66
4.3.8. Pembahasan Hasil Penelitian.....	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan..... 70

5.2. Saran..... 71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TABUNGAN
MASYARAKAT PADA BANK UMUM DI SURABAYA
(STUDI KASUS BANK UMUM WILAYAH KECAMATAN TEGALSARI
DAN KECAMATAN GENTENG KOTA SURABAYA)

ABSTRAKSI

OLEH :
ANGGA SULISTIAWAN
0811010039

Dalam proses pembangunan Indonesia lebih mengarah kepada kestabilan perekonomian bangsa. Upaya untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di Bank Umum seringkali dianggap sebagai langkah yang efektif. Dengan cara berusaha menambah produk-produk sampai dengan segi pelayanan pada Bank Umum.

Tujuan kajian ini adalah untuk memahami lebih dalam mengenai kecenderungan masyarakat dalam menabung pada Bank Umum di Surabaya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Penelitian ini menggunakan metode accident random sampling yaitu pengambilan sampel secara langsung di lapangan terhadap nasabah yang melakukan transaksi pada Bank Umum.

Setelah dilakukan proses pengumpulan data, peneliti menggunakan SPSS (Statistical Package For Social Science) 10.0 untuk mendapatkan hasil penelitian. Adapun hasil yang diperoleh dapat dikelompokkan menjadi 2 faktor yaitu : a. Teknologi Informasi, hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pimpinan bank terutama Bank Umum di kota Surabaya dapat lebih memperhatikan Teknologi Informasi sehingga memudahkan nasabah untuk bertransaksi meskipun hari libur. b. Lokasi Bank, hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pimpinan bank dapat lebih memperbanyak lokasi bank

Kata kunci: Teknologi Informasi, Lokasi Bank

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini pembangunan di Indonesia dalam pelaksanaannya lebih mengarah kepada kestabilan perekonomian bangsa. Seperti yang kita ketahui pada pertengahan tahun 1997 bangsa Indonesia mengalami krisis moneter sehingga menyebabkan ketidakseimbangan faktor-faktor ekonomi dan dalam hal ini juga berdampak luas pada seluruh sendi perekonomian dan tatanan kehidupan termasuk perbankan di Indonesia. Kendala tersebut menjadi salah satu penyebab semakin terbatasnya dana pemerintah untuk pembangunan (Muslichah, 2001 : 1).

Lembaga perbankan merupakan salah satu lembaga yang memegang peranan penting bagi kelancaran arus dana pembangunan, terutama sekali dalam membiayai berbagai aktivitas yang berhubungan dengan uang. Selain lembaga perbankan mempunyai peranan yang amat strategis dalam menggerakkan roda perekonomian suatu Negara (Kilian, 1995 : 1-3).

Selanjutnya Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang perbankan diharapkan mampu sebagai landasan gerak yang dapat menampung tuntutan pengembangan jasa perbankan yang sesuai dengan perkembangan waktu, dan pada gilirannya diharapkan dapat memperkuat kerangka pengaturan perbankan (Anonim, 1993 : 14).

Perkembangan jumlah bank di Indonesia saat ini semakin meningkat yang mendorong pengusaha-pengusaha bank berupaya menampilkan produk-produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Meningkatnya jumlah bank tersebut, mendorong bank-bank menciptakan berbagai produk dan fasilitas melalui strategi pemasaran. Bank-bank menawarkan berbagai fasilitas dan keuntungan seperti suku bunga yang tinggi, hadiah yang menarik, layanan ATM dan sebagainya. Bank-bank juga melakukan promosi melalui di berbagai media massa. Seperti iklan, brosur serta media elektronik, yang diharapkan agar masyarakat dapat mengetahui lebih jauh tentang produk tabungan yang dipasarkan dan ditawarkan kepada masyarakat khususnya adalah calon nasabah sebagai pasar sasaran (Herman, 2005 : 1-4).

Usaha itu tidaklah cukup, oleh karena itu bank-bank juga harus bersaing melalui kualitas layanan yang dapat memberikan kepuasan kepada nasabah, berupa pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan penabung serta dapat memberikan tingkat kepuasan yang tinggi, karena tinggi rendahnya tingkat kepuasan akan turut menentukan besar kecilnya laba yang diperoleh suatu bank dalam jangka panjang serta dapat mempengaruhi persepsi pada diri nasabah meningkat bank merupakan perusahaan yang menjual jasa dan kepercayaan kepada masyarakat (Muslichah, 2001 : 5).

Kualitas jasa memiliki keterkaitan erat dengan kepuasan nasabah. Kualitas jasa memberikan suatu dorongan kepada bank untuk menjalin ikatan yang kuat dengan nasabah. Jika nasabah sudah merasa puas dengan kualitas yang diberikan oleh bank, maka dengan sendirinya pelanggan akan royal dengan bank tersebut. Produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk atau jasa yang dapat memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa dalam Bank Umum (Herman, 2005 : 5-10).

Kepuasan tidak akan pernah berhenti pada satu titik, bergerak dinamis mengikuti tingkat kualitas produk dan layanannya dengan harapan-harapan yang berkembang dibenak konsumen. Harapan pembeli dipengaruhi oleh pengalaman pembelian mereka sebelumnya, nasehat teman, dan kolega, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya (Anonim, 199 : 32).

Persepsi konsumen terhadap nilai atas kualitas yang ditawarkan relative tinggi dari para pesaing akan mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen, semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan pelanggan, maka semakin besar kemungkinan terjadinya hubungan atau transaksi. Dan hubungan yang diinginkan adalah hubungan atau transaksi yang bersifat jangka panjang, sebab usaha dan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan atau bank diyakini akan jauh lebih besar apabila harus menarik pelanggan

baru atau pelanggan yang sudah meninggalkan perusahaan atau bank tersebut, daripada mempertahankannya (Gale, 1994 : 10).

Jika penilaian konsumen atau nasabah terhadap kualitas layanan tinggi, maka konsumen atau nasabah tersebut akan berusaha memperkuat hubungan dengan perusahaan atau bank tersebut, misalnya dengan tetap loyal pada bank tersebut, merekomendasikan bank itu pada orang lain atau teman, maupun meningkatkan volume transaksi kepada bank (Anonim, 1998 : 30).

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah yang ingin dibahas oleh peneliti atau penulis adalah :

1. Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan memilih produk tabungan pada Bank Umum di Surabaya?
Suku Bunga (X1), Lokasi Bank (X2), Jumlah Bank (X3), Anjungan Tunai Mandiri (ATM) (X4), Pelayanan (X5), Teknologi Informasi (X6), Situasi Bank (X7).
2. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, faktor manakah yang paling dominan yang memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah di dalam memilih produk tabungan pada Bank Umum di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Setelah melihat dari latar belakang serta permasalahan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai adalah :

1. Mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan untuk memilih produk tabungan pada Bank Umum di Surabaya.
2. Mengetahui faktor manakah yang paling dominan yang memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan pada Bank Umum di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan hal tersebut di atas, penelitian yang akan dilakukan mempunyai beberapa manfaat baik bagi penulis maupun pihak-pihak yang terkait, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana penerapan teori selama peneliti berada dibangku perkuliahan dengan praktek yang terjadi di lapangan. Sehingga dapat menambah wawasan dibidang manajemen pemasaran.

2. Bagi Perusahaan dan Bank

Membantu perusahaan dan bank dalam meningkatkan penjualan varian produk yang ditawarkan, dan menjaga pelanggan atau nasabahnya agar tetap loyal pada Bank Umum di Surabaya.

3. Bagi Nasabah

Sebagai bahan pengetahuan dan informasi bagi nasabah atau penabung dalam menabung pada Bank Umum di Surabaya.